

L'ALTRO MONDO

La linea di confine fra reale e virtuale
si fa sempre più sottile



STORIA DI COPERTINA

04

04 LA REALTÀ CHE CRESCE
di Mariella Dal Farra

COME DOVE QUANDO

07

07 SETTE TRUCCHI
IL SEGRETO DEI LIBRI
di Barbara Bitetti



PROTAGONISTI

08

08 SETTE DOMANDE
ANAHÌ TRAVERSI
di Laura Di Corcia
10 ORE SETTE
PONTE TRESA, DOGANA
di Giorgia Panzera

TV E RADIO



DA DOMENICA 5 A SABATO 11
Scopri la programmazione settimanale completa in Ticino e in Europa di tv e radio per rimanere sempre informato e non perdere i tuoi programmi preferiti.

IL PENSIERO DELLA SETTIMANA

La realtà è quella cosa che, anche se si smette di crederci, non scompare. (Philip K. Dick)

TICINO E NON SOLO

35

35 SPORT
MONDIALI IN CASA
a cura della Redazione
36 SETTE CONTINENTI
SAN PIETROBURGO,
LA REGINA DEL NORD
di Fabiana Testori

TENDENZE

38

38 MARCHI
BURBERRY, CLASSE PURA
di Marisa Gorza



40 ALIMENTAZIONE
LEGUMI SÌ, MA CON MISURA
di Patrizia Mezzanzanica

RELAX

42

42 STELLE & CURIOSITÀ
ASTROPARADE
di Betty
L'OGGETTO
a cura della Redazione
ISTRUZIONI PER L'USO
di Walter Mariotti
43 GIOCA (E VINCI) CON TICINO7
IL CRUCIVERBA

CONCORSO

Campionati mondiali di sci St. Moritz 2017



QUANTI PICCOLI SCIATORI SONO NASCOSTI IN QUESTO NUMERO DI TICINO7?

In palio a coloro che risponderanno correttamente

100
70
50

FRANCHI IN CONTANTI!

Per partecipare al concorso chiamate lo 0901 59 15 50 (CHF 0.90/chiamata) entro giovedì 9 febbraio e seguite le indicazioni, lasciando la vostra soluzione e i vostri dati. Oppure inviate una cartolina postale con la soluzione entro martedì 7 febbraio a: Twister Interactive AG, «Ticino7 - Concorso Mondiali St. Moritz», Altsagenstrasse 1, 6048 Horw.

I vincitori verranno segnalati sul n. 7 del 17 febbraio prossimo.

ticino7

DIRETTO DA
Paride Pelli
CON LA CONSULENZA DI
Walter Mariotti
REDATTORE RESPONSABILE
Fabio Martini
COREDATTORE
Giancarlo Fornasier
PROGETTO GRAFICO
Elena Montobbio per WMWorkshop
GRAFICA
Roberto Dresti e Deborah Vaccaro
SITO WEB
www.ticino7.ch

PARLIAMONE



Quando la realtà vince sulla fantascienza

di Giancarlo Fornasier

Basterebbe una breve carrellata nella storia delle letterature e della cinematografia fantascientifiche per rendersi conto di quanto vitale sia per l'uomo immaginare (e immaginarsi) in «altri mondi». Una necessità tanto creativa quanto utile a lasciare le miserie e le delusioni di cui è così generoso il mondo reale. Dalle storie alle leggende tramandate oralmente ai classici (*L'Odissea*), dai testi sacri – per alcuni la *Bibbia* è il miglior libro di fantascienza... – ai videogiochi di ultima generazione, viaggi, narrazioni e avventure fantasiose sono un utilissimo esercizio mentale in grado di scaricare frustrazioni e paure trasformandole in parole, immagini e sogni che, nei casi più fortunati, diventano immortali proprio per ciò che riescono a muovere in noi. Che cosa sarebbe la nostra contemporaneità senza il viaggio tra spazio e mente di Kubrick in *2001*? E la ricerca medica senza lo spauracchio dei «nuovi Frankenstein» descritti da Mary Shelley? Poi, di tanto in tanto, ci si imbatte in notizie e avvenimenti reali ma così assurdi e «quasi inimmaginabili» da sembrare pura fantascienza: è allora che ci rendiamo conto di quanto lontano siamo in grado di spingerci. Nel bene e nel male.

Seguici su Facebook

La realtà che cresce

La tecnologia d'uso sta assottigliando sempre più il confine fra tangibile e intangibile consentendoci di accedere a «realtà» parallele ma assolutamente concrete. **Scriva Mariella Dal Farra**

L'estate scorsa, i giornali di tutto il mondo riferivano con toni allarmati dell'invasione dei Pokémon che, partita dall'Australia, si era estesa in maniera virale a Stati Uniti, Europa, Canada, Sud America e Asia. Da luglio a settembre, milioni di teenagers si sono scatenati nella caccia alle bizzarre creature, con conseguenze talvolta drammatiche sulla circolazione del traffico pedonale (e non solo). I «cacciatori» sbucavano fuori dalle aiuole fiorite del parco, correvano all'impazzata attraverso i venerabili corridoi del Louvre e s'introducevano all'interno di proprietà private al solo scopo di catturare (virtualmente) i vari Oddish, Psyduck e Pikachu. Vale a dire, i personaggi di *Pokémon Go*, un gioco basato sulla «realtà aumentata» (AR, *Augmented Reality*) che usa i dati di geo-localizzazione forniti dai GPS per «inserire» e muovere le sagome dei Pokémon nei luoghi in cui il giocatore vive realmente. L'epidemia ha portato all'attenzione del grande pubblico un fenomeno già in atto da tempo: il confine fra tangibile e digitale, fra materiale e immateriale si sta assottigliando; o meglio, diventa sempre più permeabile. La linea di confine si sposta di continuo e la «realtà» si arricchisce di strati informativi supplementari. La porta magica attraverso la quale accedervi sta nella nostra mano: è uno smartphone o un tablet, ma fra po-

MESSAGGI DALL'OLTRETOMBA



Il successo di *Pokémon Go* ha ispirato non solo le grandi corporation ma anche i più piccoli – e spesso più creativi – sviluppatori di app. Fra queste, spicca per originalità Spot Message: un'applicazione simile a WallaMe, in quanto consente di lasciare messaggi in luoghi fisici, con la differenza che le missive provengono da persone defunte, e i posti in cui si trovano solo le loro lapidi. «Mio zio è morto improvvisamente otto anni fa per un incidente sul lavoro», spiega Yoshiyuki Katori, direttore della casa che ha rilasciato l'applicazione, «Mi reco spesso al cimitero a trovarlo, consultandomi con lui mentalmente, per esempio quando ho delle questioni da risolvere sul lavoro. Mi sono sempre detto quanto mi sarebbe di conforto se lui potesse parlarmi, dicendomi cose tipo "Come sta andando?" e "Coraggio, tieni duro"». È così che al signor Katori è balenata l'idea di una *Spoon River* digitale: le persone possono registrare il loro messaggio finale (eventualmente più di uno, a seconda dell'interlocutore) e «impiantarli» sulla loro tomba. A quel punto, basterà avvicinarsi alla lapide con l'applicazione avviata per ritrovare l'estinto/a e ascoltare ciò che ha da dire...

co saranno degli occhiali, un orologio, un nano-dispositivo incorporato nella retina. Intendiamoci, non è che le cose, «così come sono», non bastano più: è che la «realtà» sta cambiando. Più precisamente, sta *aumentando*.

POTENZIALITÀ INFINITE

Il moltiplicatore di reale maggiormente in uso funziona secondo il principio dell'*overlay* (letteralmente, «rivestimento, copertura»): avvicinando un oggetto alla fotocamera del nostro *device*, il sistema lo riconoscerà e attiverà un nuovo livello di comunicazione. Che si tratti di una sovrapposizione di suoni, immagini, messaggi pubblicitari, tutorial o coordinate spazio-temporali, il principio rimane lo stesso: l'AR incrementa la percezione di ciò che ci circonda; in quanto tale, non va confusa con la «realtà virtuale», che invece sostituisce il mondo reale con un ambiente interamente simulato, come per esempio accade quando si gioca con la PlayStation VR di Sony.

Le applicazioni dell'AR sono potenzialmente infinite e spaziano dalla possibilità di conversare con una persona che non parla la nostra stessa lingua attraverso dispositivi di traduzione simultanea, a quella di sperimentare prodotti cosmetici prima di acquistarli (per esempio, con Makeup Genius di L'Oréal si possono provare i trucchi senza truccarsi in modo da scegliere quello



più adatto al proprio volto), alla ricostruzione di siti archeologici (per esempio, l'Ara Pacis a Roma), fino all'applicazione I-Mechanic, che permette anche a chi sia sprovvisto di nozioni di meccanica di svolgere alcune, semplici operazioni di manutenzione sulla propria auto.

MEGLIO DIGITALE

E in Ticino? Anche da noi, l'AR pare inarrestabile. Un esempio particolarmente suggestivo è costituito dall'applicazione LugaNow, che consente di vistare il principale centro urbano del Sottoceneri non solo nello spazio ma anche nel tempo. Ideata nel 2013 dai giovani Loris Trotti e Ramon Montanes, LugaNow è stata sviluppata dal Dos Group di Besazio e sostenuta dalla Città e da Lugano Turismo. Basta scaricarla, avviarla e puntare il cellulare verso uno dei 125 siti di Lugano memorizzati nel sistema: sullo schermo appare lo stesso luogo co-

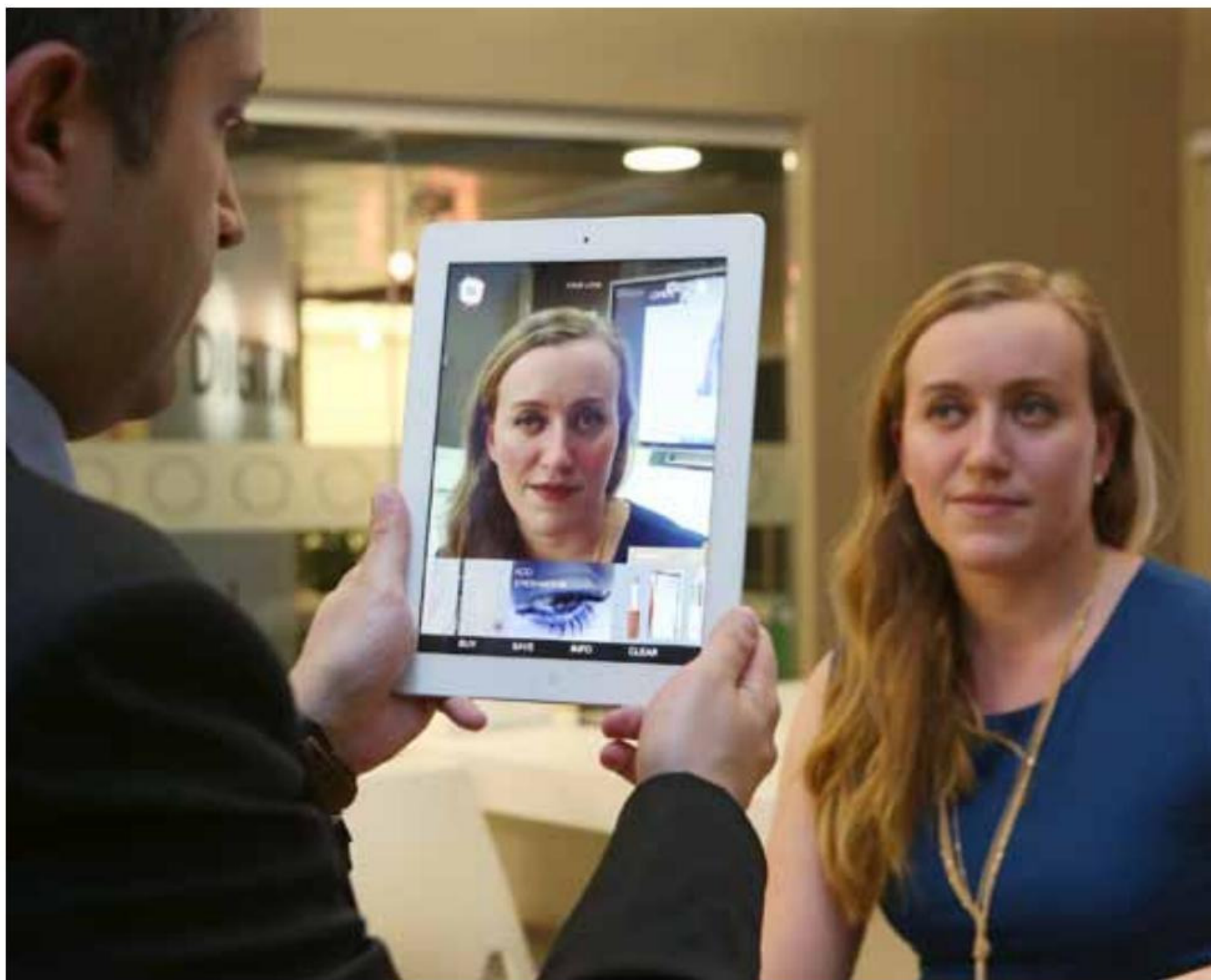
sì com'era tanti anni fa (grazie alle fotografie storiche messe a disposizione dalla Galleria Jansonius) o, anche, così come sarà (nel caso dei rendering delle zone in via di riqualificazione). Il divertimento, e l'interesse, sono assicurati! Fino a qui, tutto bene. Ma cosa succede quando la realtà aumentata coinvolge anche la sfera «sociale»? Cominciamo dal principio.

Una volta gli innamorati incidevano le proprie iniziali sulle cortecce degli alberi, oppure le scrivevano sui muri della propria città; poi c'è stato il periodo dei lucchetti, ma tutto ciò sembrerebbe ormai appartenere al passato. Con grande sollievo di ecologisti e soprintendenti al decoro urbano, ora i ragazzi usano WallaMe: un'applicazione che consente

DIAMO I NUMERI

Nel mese di luglio 2016, l'uso di Pokémon Go sui dispositivi Android ha superato quello di Snapchat, Tinder, Twitter, Instagram e Facebook, facendo guadagnare ai suoi sviluppatori – la Niantic Inc. – 600 milioni di dollari in 90 giorni. Questo risultato record ha solleticato l'interesse delle grandi Corporation: all'ultima convention di Facebook, mister Zuckerberg ha indicato nella realtà aumentata uno dei settori in cui investire maggiormente, mentre

Tim Cook afferma: «Ci vorrà un po', perché ci sono alcune sfide veramente difficili, ma succederà e, quando avverrà, ci chiederemo come abbiamo fatto a vivere senza. Come è successo con il telefono». Le previsioni dei principali istituti di ricerca internazionali affermano che la realtà aumentata muoverà un mercato di circa 4 miliardi di dollari nel 2018, e di ben 150 miliardi di dollari, unitamente a quello della realtà virtuale, nel 2020.



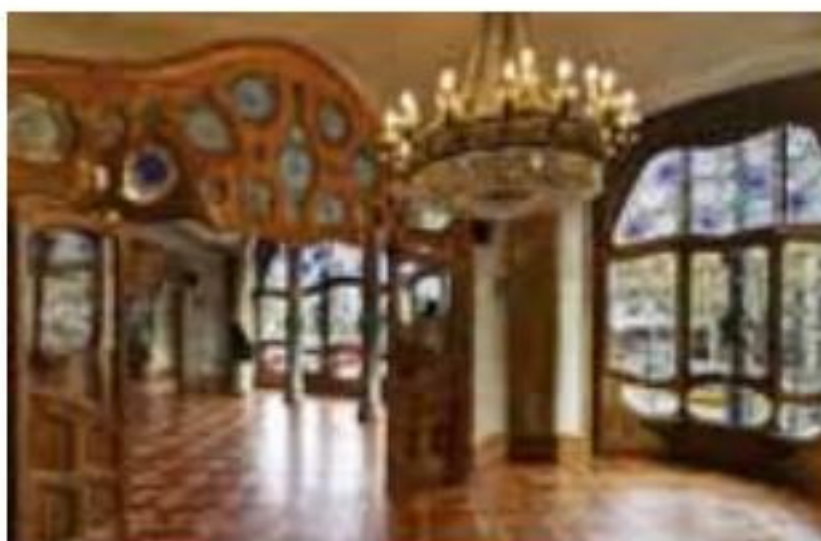
di disseminare il mondo di messaggi nascosti, visibili soltanto al destinatario. Come? È semplice: prima si fotografa il luogo prescelto (un muro, un edificio, un monumento), poi si scrive il messaggio, quindi lo si «attacca» digitalmente sull'immagine, proprio come se fosse un adesivo. Quando la persona (o le persone) a cui è destinato passeranno di lì, sarà loro sufficiente puntare l'obiettivo del telefono per trovarlo. L'insieme dei messaggi creati con WallaMe, che possono essere commentati e condivisi, disegna una rete di contatti simile a quella di Facebook, o Instagram.

RICONOSCIMENTO FACCIALE

La commistione fra tangibile e digitale si estende così dai luoghi alle persone. Già da tempo Facebook, attraverso la *feature* Places, consente ai propri iscritti di «vedere se alcuni dei tuoi amici sono in zona e connetterti facilmente con loro». Nel 2009, Google aveva lanciato Latitude, un servizio con funzionalità simili, poi ritirato nel 2013. Dopo lo slancio iniziale, l'entusiasmo, per le informazio-

NELLA MENTE DI GAUDÌ

La Casa Batllò, progettata da Gaudì al civico 43 del Passeig de Gràcia (Barcellona), rappresenta, già di per sé, un luogo ad altissimo coefficiente immaginativo. Esplorata con l'ausilio di un iPhone, il cui «noleggio» è compreso nel biglietto d'ingresso, la Casa prende vita, svelando al visitatore la visione recondita del geniale architetto. Le forme organiche che hanno ispirato il progetto si animano attraverso il display: lo stucco nel salotto inizia a stillare latte, meduse trasparenti nuotano nelle vetrate e il solaio, modellato a somiglianza della cassa toracica di un grande animale, si contrae e si dilata come se respirasse. Da provare...



ni di prossimità si è infatti ridimensionato. Detto altrimenti, gli amici non aspettano di comparire sui rispettivi «radar» per decidere d'incontrarsi. La cosa però cambia se le informazioni visualizzate riguardano persone che ancora non si conoscono, ma che magari si vorrebbe conoscere.

Diverse applicazioni di dating, quelle cioè per incontrare potenziali partner, consentono agli associati di localizzarsi vicendevolmente. Diventa così possibile incrociare lo sguardo di uno/a sconosciuto/a sull'autobus e, se la persona afferisce al nostro stesso social, sapere subito come si chiama, quanti anni ha, che lavoro svolge e quali sono i suoi film preferiti. In futuro, attraverso i dispositivi di riconoscimento facciale, non sarà più nemmeno necessario cercarla in rete: sarà sufficiente guardarla per accedere alle informazioni associate al suo profilo. E la privacy diventerà un concetto sempre più relativo.



La tecnologia migliora la vostra realtà?
Di là tua sulla pagina Facebook di Ticino7